

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 100093

Ref. Expediente N° SD2025/0003244

Por la cual se decide una solicitud de registro

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 17 de enero de 2025, **OMAR MOHAMAD MAHMOUD DAHER**, solicitó el registro de la Marca **SES JEANS WEAR (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1070, el señor **CESAR DAVID POSADA CUARTAS** presentó oposición con fundamento en el literal a) Decisión 486 de 2000.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

“(…)

En cuanto a la identidad formal de los signos, establecida en la primera parte del artículo transcrito, esta es incuestionable, el signo solicitado SES JEANS WEAR es altamente similar en grado de confusión a la marca opositora SEX, pues, la expresión SES JEANS WEAR que se pretende reproduce en gran porcentaje a aquella, sin que la modificación pretendida con el reemplazo de la letra: “X” por la letra: “S”, y la adición del término JEANS WEAR, le otorgue distintividad, dado que los signos, desde su parte fonética y gramatical, siguen siendo casi iguales, pues, en las sílabas que comparten, se encuentra la sílaba tónica de ambas palabras, en una idéntica posición, además, presentan coincidencia en las raíces y terminaciones y en la mayoría de consonantes y vocales, lo que genera que las expresiones sean casi idénticas y que la que se pretende registrar como marca no cuente con una distintividad extrínseca siquiera mínima frente al signo opositor.

Es importante mencionar que la palabra JEANS WEAR no le otorga distintividad a la marca solicitada, debido a que se trata de una palabra descriptiva y de uso común, por lo que, la comparación debe enfocarse en las palabras en las que radica la fuerza distintiva, esto es: SEX / SES. Por lo anterior, en caso de coexistencia, se podría generar un fuerte riesgo de asociación y confusión frente al consumidor, el cual, inferirá que la marca solicitada es una variación de la marca opositora y que su origen proviene del mismo empresario, colocando a nuestro mandante en una posición de riesgo en el mercado y al consumidor en una duda frente a la adquisición de un producto y otro

“(…)

Los productos que pretenden distinguirse con la expresión objeto de registro y los productos y servicios distinguidos con la marca fundamento de oposición, están relacionados entre sí; comparten los mismos canales de comercialización; así como los mismos medios de publicidad, por ende, la finalidad de sus prestaciones mercantiles es igual, en consecuencia, la conexión competitiva entre los signos existe desde cualquier punto de vista (...)

Que dentro del término concedido para tal efecto, **OMAR MOHAMAD MAHMOUD DAHER**, dio respuesta a la oposición argumentando:

¹ 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

Ref. Expediente N° SD2025/0003244

“(…)

La solicitud de registro de referencia es totalmente diferente y no es confundible con la marca citada y no pretende identificar productos similares y conexamente competitivos; motivo por el cual, se permita el registro de la marca de referencia, por tanto, no se genera riesgo de confusión / asociación. Tal y como lo expone el titular de la marca registrada Cesar David Posada Cuartas a través de su apoderado, según se fundamentas en la oposición y no podrá por ningún motivo inducir a error al consumidor sobre el origen de los productos y/o la vinculación entre los titulares de las marcas por lo que no existe riesgo de confusión y/o de asociación entre el signo pretendido y los registrados (...)

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...).

³ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

Ref. Expediente N° SD2025/0003244

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia
Nominativa	SEX	CESAR DAVID POSADA CUARTAS	13263441	10	25, 35	Marca	27-08-2034
Mixta	SEX	CESAR DAVID POSADA CUARTAS	07085546	8	25	Marca	31-03-2028

Examen oficioso por parte de la Dirección de Signos Distintivos.

Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Por lo tanto, se advierte que la ausencia de oposición durante el trámite administrativo, su presentación con resultado desfavorable para el opositor o el desistimiento de esta no significa la concesión automática de registro de un signo distintivo. Así, conforme lo anterior esta Dirección en cumplimiento de sus deberes legales realizará un examen

- a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios.** Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.



Ref. Expediente N° SD2025/0003244

integral de la solicitud de registro con independencia del resultado de la oposición presentada, trayendo de oficio las causales de irregistrabilidad que considere relevantes.

Por consiguiente, y visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia
Mixta	SES EL CUERO VIVE 1975	JOSE MARIA LINARES PORTO	14098966	10	18	Marca	28-10-2034
Mixta	SES KAVEL	SESDERMA COLOMBIA S.A.	98034629	7	3	Marca	08-01- 2029

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
 SES JEANS WEAR (MIXTA)	 SEX (NOMINATIVA)

Antecedentes


Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Análisis en conjunto durante la comparación entre marcas mixtas

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que:

“En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no



Ref. Expediente N° SD2025/0003244

habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Elemento predominante en las marcas mixtas

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en la marca previamente registrada predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

“a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado

b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema (...)

c) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

d) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.

e) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.

f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos”

Análisis comparativo con marcas opositoras SEX

El signo solicitado a registro es una marca mixta compleja conformada por la palabra SES JEANS WEAR escrita en una tipología especial de letra, acompañada de un elemento gráfico consistente en la conjunción vertical de las letras S E S entrelazadas. Dicha denominación (SES) no posee significación conceptual tratándose de una marca de fantasía.

Los signos previamente registrados son marcas de naturaleza mixta y nominativa que incluyen el elemento SEX escrito en una tipología especial de letra y acompañado de otros gráficos en donde la palabra SEX a pesar de estar escrita en idioma anglosajón sugiere la idea de la palabra SEXO, tratándose de una marca arbitraria.

La Dirección encuentra que, si bien los signos coinciden en las letras ‘S’ ‘E’ esta coincidencia no es suficiente para establecer que los signos son similares en grado de confusión. Lo anterior por cuanto, el contenido semántico de las palabras SES / SEX altera completamente la impresión general que suscitan los signos.

De acuerdo con lo anterior y en aplicación de las reglas generales de comparación,

Ref. Expediente N° SD2025/0003244

apreciando el conjunto marcario, pero teniendo en cuenta el elemento que cumple la función diferenciadora y enfatizando en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación, esta Dirección encuentra que los signos confrontados no son similarmente confundibles. En efecto, aunque los signos estudiados comparten ciertos grafemas, es claro que la impresión en conjunto de cada uno de ellos es diferente pues poseen una total diferencia conceptual entre ellos, lo que conlleva a que el consumidor pueda identificar los productos ofrecidos por cada una de las marcas comparadas.

Nótese como la Jurisprudencia del Tribunal Andino de Justicia ha catalogado al aspecto conceptual como un aspecto trascendental a la hora de que la oficina nacional realice el análisis de registrabilidad de marcas en donde su elemento principal es el nominativo, siendo para el caso en concreto las diferencias ortográficas en la creación de los términos objeto de confrontación suficientes de juicio para que el consumidor pueda generarse una idea particular y concreta sobre el signo solicitado a registro frente a la marca existente en el mercado⁴.

Así las cosas, se establece las diferencias conceptuales entre los términos SES / SEX como elemento determinante para la coexistencia pacífica en el registro de ambas marcas, pues esta Dirección encuentra que las marcas transmiten ideas totalmente diferentes en la mente del público consumidor. En vista de lo anterior, las diferencias expuestas de ambas marcas son suficientes elementos para que el consumidor de este tipo de productos pueda diferenciar las marcas en el mercado y eludir cualquier posibilidad de que se pueda ver inmerso en riesgo de confusión y/o asociación que hacen apto al signo objeto de registro.

Como quiera que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los productos identificados por los mismos, en la medida en que el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que el signo sea registrable.

Análisis comparativo con marcas analizadas de oficio SES EL CUERO VIVE 1975, SES KAVEL

Por otra parte, en ejercicio de la labor oficiosa de verificación, esta Dirección consultó el Sistema de Información de la Propiedad Industrial y constató que la sociedad SESDERMA COLOMBIA S.A. es titular de la marca mixta SES KAVEL, y que el señor José María Linares Porto es titular de la marca mixta SES EL CUERO VIVE 1975, signos que, en conjunto, resultan similarmente confundibles con el signo solicitado SES JEANS WEARS.

Respecto del cotejo marcario, es preciso indicar que, si bien los signos están conformados por expresiones que integran un conjunto unitario no fraccionable, ello no impide determinar, dentro de dicho conjunto, cuáles elementos poseen una mayor carga distintiva y, por ende, tienen un peso superior en la percepción del consumidor. En este caso, esta Dirección observa que el elemento predominante, tanto en las marcas registradas como en el signo solicitado, es el vocablo **SES**, el cual constituye un término de fantasía, altamente distintivo y de gran fuerza diferenciadora.

En contraste, las expresiones adicionales presentes en el signo solicitado **JEANS WEARS** no aportan distintividad. Dichas expresiones son genéricas o descriptivas dentro de la clase 25, pues aluden directamente al tipo de productos (prendas de vestir, especialmente jeans o ropa exterior), razón por la cual carecen de capacidad para desviar la atención del consumidor del elemento verdaderamente identificador: SES.

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 24-IP-2021.

Ref. Expediente N° SD2025/0003244

Así, el signo solicitado reproduce íntegramente el elemento nominativo distintivo SES, coincidente con las marcas registradas SES KAVEL y SES EL CUERO VIVE 1975. La simple adición de expresiones de uso común como JEANS WEARS no constituye un criterio suficiente para diferenciar los signos y permitir su coexistencia pacífica en el mercado. Aceptar lo contrario implicaría permitir que terceros incorporen un elemento distintivo ajeno ya registrado y lo acompañen de términos genéricos o descriptivos para justificar una supuesta diferenciación, lo cual vulneraría los derechos exclusivos de los titulares y debilitaría la función distintiva de las marcas.

Debe recordarse, además, que el consumidor medio no analiza los signos de manera detallada ni los compara simultáneamente, sino que actúa con base en un recuerdo imperfecto. En dicho contexto, el elemento que permanece en su memoria es precisamente el que destaca por su mayor vocación distintiva; en este caso, el término SES, el cual se ubica en la posición inicial de los signos enfrentados, lo que incrementa su capacidad de recordación y asociación. En consecuencia, es altamente probable que el público, al encontrarse con las marcas comparadas, perciba el signo solicitado como una variación, extensión o línea derivada de las marcas previamente registradas.

Por todo lo anterior, esta Dirección concluye que los signos enfrentados no pueden coexistir sin generar riesgo de confusión ni de asociación, especialmente porque comparten de manera idéntica el elemento predominante SES, mientras que los demás componentes del signo solicitado son meramente descriptivos o genéricos, sin fuerza diferenciadora suficiente para evitar que el consumidor atribuya un origen empresarial común.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

Lo signos analizados de oficio identifican:

Expediente 14098966, clase 18: cuero y cuero de imitación, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas y sombrillas; bastones; fustas y artículos de guarnicionería.

Expediente 96019192, clase 3: preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos. preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada,

Relación competitiva productos clase 25 marca solicitada vs clase 18 marca analizada de oficio SES EL CUERO VIVE 1975

Razonabilidad: En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, es la razonabilidad definida como “La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del

Ref. Expediente N° SD2025/0003244

mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. (...)”⁵.

Los productos de la clase 18 tales cuero e imitaciones de cuero, pieles de animales; baúles y maletas; fustas y guarnicionería, al igual que las prendas de vestir y el calzado, son productos que pertenecen al sector de la moda y se utilizan como parte del arreglo personal de manera conjunta, motivo por el cual es razonable que sean ofrecidos por un mismo empresario dado que hacen uso de la misma infraestructura empresarial, determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

Por lo tanto, en atención al principio de razonabilidad, a la similitud entre los signos y a la relación existente entre los productos que identifican, el consumidor podrá asumir de manera razonable que tienen el mismo origen empresarial y que el signo a registro está destinado a identificar una nueva línea de productos del titular de la marca antecedente, lo cual puede llevar a que se configure riesgo de confusión indirecto en el consumidor.

Aunado a lo anterior, es de público conocimiento que los productos antes mencionados se ponen al alcance del consumidor a través de similares canales de comercialización, hecho que genera mayor riesgo de conexidad, causando en el consumidor una falsa expectativa, pues es posible que este asuma de manera equívoca que cuentan con un único origen empresarial.

Por lo anterior es que se predica que estos productos pueden compartir los mismos canales de comercialización, mismos medios publicitarios y promocionales, en donde además es usual que se predique el uso conjunto, lo que incrementa el riesgo de confusión en el consumidor.

Relación competitiva productos clase 25 marca solicitada vs clase 3 marca analizada de oficio SES KAVEL

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto de comparación, para lo cual tomaremos en consideración el criterio sustancial de la razonabilidad entre los productos. Esta conexión (razonabilidad) se analiza desde la óptica del consumidor, el cual, teniendo en cuenta la realidad del mercado “(...) puede asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión presentan un mismo origen empresarial”.

Así, conforme las dinámicas del mercado, es habitual que diversas casas de moda de lujo y marcas de ropa, tanto de alta costura como de consumo masivo, ofrecen sus propias líneas de perfumes y fragancias. Esta es una práctica común para expandir la marca y ofrecer una experiencia completa al cliente, extendiendo la identidad de la firma a través de un aroma

En efecto, no resulta extraño que un empresario que se desempeña en un sector específico busque ampliar su esquema de negocios e incursione en otro tipo de servicios del mismo sector, por lo que el consumidor fácilmente entenderá que quien se encarga de una serie de elementos y prestaciones ahora incursione en otro afín. Al darse tal

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0003244

circunstancia, el riesgo de asociación se incrementa hasta el punto de impedir el registro del signo solicitado, pues busca desempeñarse en un sector afín al del antecedente antes mencionado.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar infundada la oposición interpuesta por el señor **CESAR DAVID POSADA CUARTAS**.

ARTÍCULO 2: Negar el registro de la Marca **SES JEANS WEAR (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por **OMAR MOHAMAD MAHMOUD DAHER**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Notificar a **OMAR MOHAMAD MAHMOUD DAHER**, solicitante del registro y al señor **CESAR DAVID POSADA CUARTAS** opositor, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 4: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 28 de noviembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS